



Н.К. Антропова  
С.Н. Каташинских

## **ФИЛОСОФСКИЕ ПРОБЛЕМЫ КОММУНИКАЦИИ**

Екатеринбург  
2019

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЛЕСОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра социально-гуманитарных дисциплин

Н.К. Антропова  
С.Н. Каташинских

# **ФИЛОСОФСКИЕ ПРОБЛЕМЫ КОММУНИКАЦИИ**

Учебно-методическое пособие  
по философии, культурологии,  
психологии общения, конфликтологии  
для обучающихся всех специальностей и направлений

Екатеринбург  
2019

Печатается по рекомендации методической комиссии ИХПРСиПЭ.  
Протокол № 2 от 17 октября 2018 года.

Рецензент — канд. фил. наук, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин И.А. Петрикеева.

Редактор Р.В. Сайгина  
Оператор компьютерной верстки Е.А. Газеева

---

Подписано в печать 05.04.19		Поз. 63
Плоская печать	Формат 60×84 1/16	Тираж 10 экз.
Заказ №	Печ. л. 1,63	Цена руб. коп.

---

Редакционно-издательский отдел УГЛТУ  
Отдел оперативной полиграфии УГЛТУ

## Введение

Учебно-методическое пособие разработано в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС 3+) и предназначено для самостоятельной работы обучающихся по подготовке докладов и научных сообщений на практических занятиях по философии, культурологии, психологии общения, конфликтологии. Тематика данного методического пособия направлена на формирование у обучающихся коммуникационных навыков, практических и теоретических знаний в области психологии общения, конфликтологической компетентности на основе систематизированных знаний в области теории и практики конфликтов, способах и путях их урегулирования, а также переговорном процессе; выработке практических навыков управления и предупреждения конфликтных ситуаций, способности работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

Данное учебно-методическое пособие универсально по представленному материалу, так как содержит теоретический минимум, необходимый для формирования успешных коммуникационных навыков и представлений, дополнено контрольными вопросами, списком литературы, а также тестовым материалом и примерными темами докладов и сообщений.

## Тема 1. Философия коммуникации

В настоящее время одной из глобальных мировых проблем становится проблема массовой коммуникации, так как информационные технологии развития средств массовых коммуникаций приобретают все более противоречивый и конфликтный характер.

Позитивный характер воздействия на человека электронных средств массовых коммуникаций заключается в восприятии им современного мира как целостной системы, преодолевающей национальные, политические и культурные барьеры в рамках единого пространственно-временного континуума. Основанием этому служат многочисленные всевозрастающие по объему и количеству социальные сети, не знающие государственных и языковых границ, именно Интернет делает пространство коммуникации глобальным.

Это, в свою очередь, привело к тому, что если не считать этнических групп, ведущих традиционный образ жизни, в мире не осталось полностью изолированных от мировой системы коммуникации локальных коммуникационных пространств. Практика межкультурной коммуникации предлагает общение людей разных национальностей, ведение диалога, не смотря на различие языков. Электронная сеть выработала свой невербальный язык

в виде разнообразных символов и знаков, смайликов, универсальных сокращений и обозначений. Однако взаимопонимание и определенное сотрудничество между людьми массово происходит не в действительном мире, а в виртуальном. Негативным последствием виртуализации коммуникационного пространства считается процесс превращения человека из субъекта действия в своеобразного ретранслятора сообщений (лайк, перепост), что незаметно приводит к манипулированию как индивидуальным, так и общественным сознанием.

Предмет философии коммуникации имеет два уровня: практический и теоретический. Предметом на практическом уровне являются проблемы межкультурной коммуникации, рассматривающие общение людей на основе различных традиций, обычаев, религии. История межкультурной коммуникации – это история развития локальных цивилизаций, трансформационные процессы которых связаны с бесконечными конфликтами и переходом от одного формационного этапа к другому. Например, сначала колонизация греков римлянами, а затем культурная ассимиляция греческой мифологии в римскую религию. Христианизация Европы и становление европейских государств, разделение мирового общества на Запад и Восток, специфика межкультурного взаимодействия стран Юго-Восточной Азии и консервация культуры традиционного общества. Таким образом, межкультурная коммуникация только увеличивала свой объем, захватывая новые географические регионы и развиваясь по новым направлениям в связи с появлением новых и разрушением старых государственных союзов.

Предмет философии коммуникации приобретает теоретический характер с появлением глобального информационного общества. Формируется наука коммуникативистика, изучающая проблемы развития электронных технологий и их влияние на человека и социум, независимо от культурных особенностей отдельных людей и локальных сообществ. Однако специфика локальных культур в рамках единого информационного общества никуда не исчезает, а наоборот заявляет о своей самостоятельности, что приводит к такому явлению, как коммуникационный плюрализм. Множественность культур в едином информационном поле затрудняет и усложняет процессы коммуникации из-за различных и противоположных целей достижения коммуникационного единства. Особенно это проявилось с наступлением XXI века. Миграционное движение народов Ближнего Востока в Европу приобрело лавинообразный характер и привело к сбою привычной коммуникационной системы между Востоком и Западом.

Проблема межкультурной коммуникации вновь стала актуальной в связи с тем, что мигранты пришли со своим коммуникационным типом отношений, который не вписывается в координаты коммуникации Европы. Оказалось, что коммуникация – это не только нормы и правила общения между людьми, и не столько информационная коммуникация, пусть даже

на основе электронных технологий, но гораздо более сложное и глубокое явление, имеющее свою философскую историю.

Философская проблема коммуникации была сформулирована как всеобщая проблема бытия человека в работах Ж.-П. Сартра, М. Хайдеггера, Х. Ортега-и-Гассета, К. Ясперса, а также Ю.К. Плетниковым и Б.Ф. Поршневым. Предметом коммуникации является конфликт личностей, как взаимодействие «Я» и «Другого», которое актуализирует бытие индивида и социума в целом. Философское понимание коммуникации как универсальной характеристики бытия человека предполагает формирование условий совместного существования индивидов на основе доверия и взаимопонимания для осуществления коллективной деятельности. Содержанием коммуникации является осознание себя с позиции другого как равноправных партнеров по духу и менталитету с целью достижения консенсуса как между субъектами, так и социальной группой, которой они принадлежат.

Поскольку в реальном мире субъекты коммуникации являются представителями определенной социально-культурной общности, то эффективность коммуникации зависит от множества факторов: политических, экономических, социальных, психологических, а также от культурного уровня участников. Особое значение имеет наличие и объем социально-культурного пространства коммуникации, так как от него зависит количество и качество социальных связей и коммуникационных каналов, необходимых для решения насущных и сущностных проблем бытия человека. На протяжении долгого исторического времени пространство то сужалось, то расширялось в зависимости от прогресса цивилизации. В свое время книга, благодаря И. Гуттенбергу, принципиально изменила коммуникационное пространство. Книга явилась средством и одновременно объектом коммуникации, расширяя интеллектуальный горизонт и формируя мировоззрение поколений.

Глобальность проблемы коммуникации возросла с приходом инновационных электронных технологий, так как средства массовой информации стали естественной средой обитания человека. В связи с этим скорость коммуникационных потоков опережает социальное качество жизни, так как народам есть с чем сравнивать свой уровень жизни, стимулируя к деятельности. Образцы социального успеха мотивируют индивида использовать и участвовать в коммуникации в интересах личностного развития. Образование становится не целью, а необходимым условием открытия для себя новых возможностей благодаря коммуникации. Поэтому образование, переподготовка, повышение квалификации в условиях стремительной информационной эволюции для многих является постоянным процессом.

### **Контрольные вопросы:**

1. Коммуникация и общение понятия тождественные или противоположные?

2. В чем проявляется позитивный и негативный характер электронной коммуникации?
3. Как исторически развивалась межкультурная коммуникация?
4. Как пространство коммуникации влияет на развитие общества?
5. В чем заключается философский смысл коммуникации?

## **Тема 2. Понятие «межличностное общение»**

Межличностное общение – это взаимодействие между людьми, предполагающее непосредственное взаимодействие двух субъектов и присутствие психологического контакта.

Базовые понятия межличностного общения: межличностный контакт, межличностная коммуникация, межличностное взаимодействие, межличностные отношения.

Межличностный контакт – люди находятся в пределах доступности для восприятия друг друга. Виды контактов – деловой и душевный.

Межличностная коммуникация – обмен, прием, оценка и реакция на сообщения и поведение друг друга.

Межличностное взаимодействие – исследование форм и видов индивидуальных действий, отношений и установок, приводящих к изменениям в поведении.

Межличностные отношения – эмоционально-чувственный, эмпатический момент взаимодействия между людьми, возникающие в процессе деловых и творческих контактов как официальных, так и неофициальных. На характер межличностных отношений влияют социальные, психологические, гендерные, этические и культурные условия, в которых происходит общение.

Выделяют следующие уровни межличностного общения:

- социально-ролевой уровень. Целью общения является выполнение определенного социального ритуала, ожидаемого от человека, демонстрация знания норм и правил социальной среды. Общение носит анонимный характер, так как неважно, кто ты (Иванов, Сидоров), а ценно подтверждение социального статуса и принадлежность определенному классу, группе, обществу;
- деловой уровень предполагает организацию совместной деятельности и поиск средств повышения ее эффективности. Деловая коммуникация не является личностно-эмоциональной, а работает по схеме: Я – Вы – контакт;
- интимно-личностный уровень, удовлетворяет потребность в понимании, сочувствии, доверительности, сопереживании, поэтому вид коммуникации выглядит как: Я – Ты – контакт.

Функции межличностного общения:

- контактно-информационная функция создает условия приема и передачи сообщений для поддержания сотрудничества;
- побудительно-волевая функция стимулирует активность партнеров к взаимодействию;
- функция координации и согласования действий при организации совместной деятельности;
- функция понимания рассчитана на адекватное восприятие и понимание смысла сообщения;
- эмотивная функция-возбуждение в партнере эмоциональных переживаний и изменение своих переживаний и состояний;
- коррекционная функция установления отношений – осознание и фиксация своего места в сообществе;
- функция доминирования оказывает влияние на изменение сознания, психических установок и поведение партнера.

Структура межличностной коммуникации: перцептивная сфера, коммуникативная сфера и интерактивная сфера.

Перцептивная сфера – процесс восприятия и взаимного познания друг друга как основы для взаимопонимания.

Коммуникативная сфера – использование вербальных и невербальных средств общения. Роль коммуникатора заключается в применении репертуара коммуникативных техник, используемых на разных уровнях общения.

Интерактивная сфера – взаимодействие людей, предполагающее определенную форму организации совместной, но разнообразной деятельности: согласие, приспособление, конкуренция, конфликт.

### **Контрольные вопросы:**

1. Перечислите базовые понятия межличностного общения.
2. Какие стороны общения включает в себя структура общения?
3. Приведите примеры уровней межличностного общения.
4. Какие функции вы предпочитаете использовать в межличностном общении?

## **Тема 3. Межличностная коммуникация**

Понятие «межличностная коммуникация» определяется как процесс переработки и передачи информации между партнерами по общению.

Особенности межличностного взаимодействия заключаются в процессе целенаправленного или случайного обмена сообщениями, опосредованного символами и знаками вербального и невербального характера.

Непременным условием осуществления межличностной коммуникации является непосредственная обратная связь, что приводит к появлению таких свойств общения, как неотвратимость, неизбежность и необратимость.



Специфической чертой межличностной коммуникации является ее многоканальность: можно слышать и видеть собеседника, оценить статус и определить дистанцию между собой и партнером.

Межличностная коммуникация актуализируется в различных формах: беседа, интервью, дебаты в виде непосредственной коммуникации и опосредованной через компьютерную и телефонную связь и др.

Г.Г. Почепцов выделяет следующие модели коммуникации:

- социологические и психологические модели (двухступенчатая модель, спираль молчания, диффузная теория, модель привратника, структура новости, модель метафоры);
- семиотические модели коммуникации (Риман Якобсон, Юрий Лотман, Умберто Эко);
- семиотические модели рекламы (Ролан Барт);
- модели психотерапевтической коммуникации (З. Фрейд, К. Юнг, Ж. Лакан);
- модели мифологической коммуникации (Б. Малиновский, Р. Барт, К. Юнг, К. Леви-Стросс);
- модели аргументирующей коммуникации (Франс ван Еемерен и Роб Гроотендорст);
- прикладные модели коммуникации: имиджевая и пропагандистская (А. Грамши, В. Пропп, М. Бахтин, П. Бурдьё, М. Фуко, Й. Хейзинга, Ж. Бодрийяр, Ж. Даррида, Ж. Делез и др.).

Основные элементы структурной модели коммуникации: субъект информации (отправитель); текст (содержание информации); объект информации (получатель); способ передачи информация (канал); канал обратной связи.

В описательных моделях выделяются еще два компонента – результативность коммуникации, и ее ситуативная обусловленность (окружение, число участников, временные и пространственные характеристики). Первый компонент не всегда поддается объективному определению, поскольку результативность для каждого коммуниканта имеет субъективную оценку.

Функции межличностной коммуникации:

- конверсионная функция – изменение мнения индивида и его социальных установок. Некоторые индивиды предпочитают «проверить» свое восприятие информации на межличностном уровне общения и в результате в корне изменить свое мнение в отношении к рекламируемому товару или политическому «имиджу»;
- функция социальной ориентации – предвидение социоречевого поведения партнера, что чрезвычайно важно для правильной интерпретации смысловой и оценочной информации;
- функция информационно-коммуникативная (процесс обмена информацией);

- функция интерактивная (взаимодействие индивидов в процессе межличностного общения);
- функция гносеологическая (познавательная);
- функция аксиологическая (процесс обмена духовными ценностями);
- функция нормативная (процесс передачи и закрепления норм в общественном сознании);
- функция социально-практическая (обмен результатами деятельности, способностями, умениями, навыками).

Оптимальность межличностной коммуникации достигается при следующих обстоятельствах: а) психологическая совместимость оппонентов в процессе общения; б) адекватная оценка информации и смысловых сигналов при вербальном контакте; в) убедительность и доверительность в поведении партнеров. При соблюдении этих условий возможно максимальное достижение совместимости индивидов как коммуникативных партнеров.

Для установления коммуникативных отношений необходима смысловая и ценностная потребность в них, что является подготовительным этапом коммуникации. Сигналами для начала общения служат как вербальные, так и невербальные средства.

Виды коммуникации: речевая (вербальная) и невербальная.

Понятия вербальной коммуникации: разговорный язык, монолог, диалог, диалоговая коммуникация, речевое поведение.

Язык – это система знаков и символов, определяющих восприятие информационных образов.

Речь – это процесс реализации способности говорить как проявление мыслительной деятельности человека. Человеческая речь возникает в ответ на необходимость вступить в общение с кем-либо или сообщить что-либо. Речь – использование языка в коммуникативных целях. Слова и предложения являются основными структурными единицами языка, а в речевом общении это – высказывания как элементы мысли. Конституирующей особенностью высказывания является его обращенность к адресату.

Речевая деятельность – это актуальное употребление речи во время взаимодействия между людьми, способ деятельности общения.

Речевая коммуникация – информативная и коммуникативная стороны речевой деятельности.

Речевое общение – процесс установления и поддержания целенаправленного, прямого или опосредованного контакта между людьми с помощью языка.

Речевой акт – элементарная единица речевого общения, произнесение высказывания в непосредственной ситуации общения.

Речевое поведение – использование языка людьми в предлагаемых обстоятельствах, в многообразии реальных жизненных ситуаций; совокупность речевых поступков.

Языковая коммуникация в процессе кодирования и декодирования взаимной информации позволяет корректировать поведение оппонентов в соответствии с меняющимися жизненными ситуациями.

Основатель кибернетики К.Шеннон предложил структуру коммуникативного акта, затем Р.Якобсон ее схематизировал: адресант – код – сообщение – код – адресат (получатель). Структура коммуникативного взаимодействия развивается в соответствии с прохождением информации по коммуникативной цепи: адресант (отправитель) – кодирование сообщения – движение по каналам – расшифровка (декодирование) – адресат (получатель).

В процессе речевой деятельности структура речевого акта раскрывается в неречевом контексте, т.е. в определенных обстоятельствах пространственно-временного поля коммуникации. Коды в ходе коммуникативного диалога – это тот язык, а также его виды: диалект, сленг, стиль, которые используют участники данного коммуникативного акта. Выбор способа кодирования информации зависит от возраста, статуса, культурной идентичности личности.

Трансформация информации осуществляется знаками и символами, аккумулирующими ценностное значение коммуникативного сообщения, и расшифровка сообщения состоится при условии, если знаковые системы и ценности отправителя контента и получателя совпадают.

Следующий этап информационной коммуникации, так называемая обратная связь, которая является структурным компонентом всякой коммуникативной ситуации. Обратная связь – реакция участника диалога, без которой невозможна оценка коммуникативного акта, с позиции его активизации: то ли коммуникация состоялась, то ли нет (ложная коммуникация).

Психологические структурные элементы речевой коммуникации – это коммуникативное намерение и замысел, определяющие цель и желаемый результат коммуникативного диалога, монолога или ораторского выступления.

Коммуникативное намерение – это интенция или желание вступить в общение с другими.

Замысел сообщения – это информационный образ результата, которого говорящий жаждет получить от собеседника, например, согласие на поступок, действие или общее мнение.

В сообщении различаются два вида поставленных целей: непосредственная цель, раскрываемая в процессе диалога и опосредованная, скрытая, долгосрочная.

Основные виды непосредственной цели:

– интеллектуальная цель: получение оценочной информации; выяснение социальной позиции; поддержка мнения; развитие темы, а также возможное разъяснение непонятного, смутного содержания и наконец, критическое или категорическое высказывание;

– цель, связанная с установлением характера отношений: строительство или разрушение коммуникации, поддержка или откровенное игнорирование партнера; побуждение к действию или бездействие.

За непосредственными целями предполагается целевой подтекст, углубляющий или усложняющий общение. Например, человек, поддерживающий не очень для него интересный разговор, может преследовать долговременную цель: установить хорошие отношения со своим собеседником. Просьба уточнить сказанное при обсуждении какого-либо вопроса в группе может своей ближайшей целью иметь действительное получение информации, а отдаленной целью – намерение заявить о желании участвовать в совместном проекте, утвердить свой статус. Как бы ни старался человек замаскировать, скрыть, спрятать за лестью, например, отдаленную и опосредованную цель, ее можно угадать, выявить по общему характеру разговора, по произвольным проявлениям, оговоркам и невербальному языку, жестам, мимике и т.п. говорящего.

Интерпретация сообщения адресатом заключается в том, насколько правильно он понял, истолковал его смысл, значение, важность. В случае относительного тождества образов мира партнеров, расшифрованная, декодированная информация будет совпадать с той, которая составляла замысел сообщения, – послание будет оценено как истинное. При несовпадении, различии картин мира партнеров произойдет недоразумение или абсолютное непонимание друг друга.

Социально-ролевые, структурные, речевые элементы коммуникации – это статусные, ситуативные роли и стилевые приемы участников общения.

Понятие «статусная роль» – это социальное поведение, предписанное человеку его возрастным, гендерным, должностным положением. В любом случае начальным конкретным шагом коммуникативного акта является понимание собственной социальной роли и роли партнера, что позволяет партнерам выбирать правильную тактику поведения для достижения искомой цели.

Ситуативные роли, влияющие на манеру общения, образно определяются как:

- 1) «лидер», способный навязать свое мнение и повести команду за собой;
- 2) «посредник», медиатор, способный к компромиссу и примирению конфликтующих сторон;
- 3) «капризный ребенок», нарушающий любые запреты, нормы, правила, высказывающий необычные, нестандартные идеи;
- 4) «гибкий человек», конформист, готовый приспособиться к любым ситуациям.

Стиль и манера вести диалог проявляется в особенностях речевого коммуникативного акта собеседников, в используемых ими коммуникативных стратегиях и тактиках. Стили ранжируются по степени внимания

участников к собственным высказываниям. Тот, кто слушает говорящего, также ранжируется на два типа: первый тип слушает собеседника до первой паузы, чтобы перехватить инициативу в разговоре и далее уже не давать ему и слова сказать. Второй тип умеет и любит слушать, но проблема заключается в том, что он неохотно высказывает свое мнение, предпочитая его скрывать.

Виды речи: письменная и устная, монологическая и диалогическая, внешняя и внутренняя.

Свойства речи: содержательность, понятность, выразительность, действительность.

Невербальная коммуникация – взаимодействие между людьми с помощью неречевых средств, обмен невербальными посланиями и их интерпретация в данной ситуации.

Невербальная коммуникация осуществляется всегда при личном контакте. Эти средства, как правило, могут сопровождать речь, а могут и употребляться отдельно от вербальных средств.

Невербальные знаки могут быть разделены на три основные группы: язык тела, паралингвистические средства, одежда и украшения.

### **Контрольные вопросы:**

1. Расскажите про обратную связь в межличностной коммуникации?
2. Что общего между вербальным и невербальным языками?
3. Перечислите известные вам способы кодирования невербальной информации.
4. Что изучает проксемика?
5. Что можно сказать о человеке по его походке?
6. Можно ли по голосу определить характер человека?

## **Тема 4. Структура межличностного взаимодействия**

Межличностное взаимодействие – инструментально-психологическая сторона общения, взаимные действия участников общения, направленные на соотнесение целей каждой из сторон и организацию их достижения в процессе общения.

Структурные элементы межличностного взаимодействия: ориентация в ситуации и понимание контекста, в котором происходит взаимодействие; соотношение позиций и пристройка к позициям друг друга («проверка на прочность»).

**Структура любой социальной ситуации включает следующие элементы:**

– роль участника межличностного взаимодействия включает в себя инструкцию, список предписаний, запретов, дорожную карту поведения

человека, фиксирующую его коммуникативную позицию, относительно которых уже сложились нормативные представления;

- сценарий, порядок действий;
- правила и нормы, регулирующие взаимодействие и характер отношений участников социальной коммуникации.

Способы организации межличностного взаимодействия, согласно Э. Берну:

- замкнутость как пограничный случай, когда при физическом присутствии в коммуникационном акте, психологически он отсутствует;
- ритуалы – привычные, повторяющиеся действия, не несущие смысловой нагрузки. Они могут носить неформальный характер (приветствие, прощание, благодарность) или быть официальными (дипломатический этикет). Цель этого общения – возможность провести время совместно, но не сближаясь;
- времяпрепровождение – полуритуальные разговоры о проблемах и событиях, известных всем. Времяпрепровождение всегда социально запрограммировано. Цель этого общения – структурирование времени не только ради поддержания приятельских отношений, но и отчасти ради социального отбора, когда человек ищет новые полезные знакомства и связи;
- совместная деятельность – взаимодействие сотрудников на работе, целью которого, прежде всего, является выполнение поставленной задачи.
- игры – каждая сторона неосознанно старается достичь превосходства и получить вознаграждение за это. Отличительная особенность любой игры – скрытая мотивация их участников;
- близость – свободное от игр общение, предполагающее теплое заинтересованное отношение между людьми, не предполагающее выгоду.

### **Контрольные вопросы:**

1. Чем отличается понятие «межличностное взаимодействие» от понятия «межличностное общение»?
2. Каковы особенности эмоциональных проявлений на социально-ролевом, деловом и интимно-личностном уровнях межличностного взаимодействия?
3. Перечислите последовательность обязательных действий в таких социальных сценариях, как «поездка за город», «получение стипендии», «посещение больного».
4. В чем отличие между религиозным и межличностным ритуалом?
5. Возможна ли социальная жизнь без ритуалов?
6. Насколько, на ваш взгляд, уместна искренность между партнерами в деловом межличностном взаимодействии?
7. Сформулируйте особенность игровой деятельности в сравнении с неигровой.

## Тема 5. Стратегии и тактики влияния и манипуляции

Психологическое влияние – как процесс, так и результат изменения одним субъектом поведения, психики другого человека; воздействие на состояние, мысли, чувства и действия другого человека. Психологическое влияние одного индивида на другого в процессе коммуникативного акта может иметь как положительное значение, так и деструктивное.

Личное влияние – это способность действовать на характер другой личности, используя эффект притяжения к себе или отталкивания от себя; способность воздействовать на другого побуждающим, сдерживающим, успокаивающим или другим развивающим образом, изменяя при этом не только поведение человека, но и взгляды, мотивы, сознание.

Личное влияние осуществляется только тогда, когда оба субъекта взаимодействия проявляют добрую волю к общению, когда один человек передает другому в открытой, ненавязчивой форме нечто свое, личное, а другой искренне хочет перенять это.

У каждого индивида может быть свой коммуникативно-личностный потенциал влияния, и в то же время существует общественный универсальный потенциал личного влияния, обеспечивающий успех воздействия как в общении с другими людьми, так и в продвижении по служебной лестнице.

Основные факторы личного влияния при коммуникации: социальный интеллект; личный магнетизм; фрустрационное влияние; партнерство и доверие на основе эмпатии; манипулятивная адаптивность; ответственность и компетентность; «воинствующая добродетель».

Слово «манипуляция» от латинского слова *manus* – рука (*manipulus* – пригоршня, горсть, от *manus* и *ple* – наполнять) – умелое обращение с людьми, как с объектами, вещами; скрытое, закамуфлированное воздействие, факт которого ни в коем случае не должен быть замечен объектом манипуляции; воздействие, которое требует значительного мастерства и знаний; часть технологии власти; действия, направленные на волю другого человека, производимые настолько искусно, что у объекта манипулирования создается впечатление, будто он самостоятельно управляет своим поведением, чувствами и действиями.

Всякая манипуляция представляет собой обоюдное взаимодействие между субъектами, так как жертва манипуляции добровольно или безвольно становится партнером, соавтором манипулятора.

Основные признаки того, что вы стали объектом манипулирования:

- формирование зависимости объекта манипуляции от ее субъекта;
- психологическое давление в виде формирования чувства вины или страха;
- перехват инициативы;
- демонстрация своего превосходства в виде статуса, должности;

- этические приемы: формирование чувства вины или страха;
- игра на добродетельных качествах объекта манипулирования: чувствах доброты, справедливости, порядочности;
- эксплуатация личностных качеств адресата представляет собой имитацию процесса принятия решения им самим;
- ставка на признательность со стороны жертвы манипулирования.
- гиперболизация просьбы, преувеличение ее значения;
- психологический «вампиризм».

Вывод: помните, что Вы имеете право и должны быть самим собой, тогда никакой манипулятор не сможет с вами сыграть в свою игру. В коммуникационном акте важно взаимоуважение, чувство доверия и адекватность реакции на социально-культурные обстоятельства.

### **Контрольные вопросы:**

1. В чем различие между понятиями «личное» и «личностное» влияние?
2. Что общего между понятиями «власть», «лидерство» и «личное влияние»?
3. Чем отличаются средства воздействия в проявлении власти и личного влияния?
4. Назовите основные средства манипулированного воздействия.
5. Что общего в механизмах воздействия при манипулировании и развивающем влиянии?

## **Тема 6. Трудности межличностного общения и коммуникации**

В данной теме мы должны подчеркнуть, что общение и коммуникация рассматриваются как синонимы, хотя и не как тождественные понятия.

Общение человека, с одной стороны, предполагает наличие ролевого репертуара и коммуникативной компетентности личности, с другой стороны – это использование данных навыков и умений в качестве инструментария как в деловой сфере, так и в эмоционально-духовной сфере.

Основные трудности межличностного общения и коммуникации:

- коммуникативные и психологические барьеры, связанные с представителями различных культурных типов;
- нарушения и помехи при передаче информации как технического порядка, так и социально-культурного;
- дефекты, сбои, расстройства в сфере аккумуляции и хранения исторического опыта, временной разрыв поколений, сформированных в идеологически противоположные эпохи.

Причинами ложной коммуникации могут быть:

- стереотипы – упрощенные мнения относительно отдельных лиц или ситуаций, в результате чего нет единого объективного анализа и понимания социально-культурных ситуаций;



- «предвзятые представления» и склонность отвергать все, что противоречит собственным взглядам;
- что необычно, то не достоверно («мы верим тому, чему хотим верить»);
- если враждебность – основной стержень коммуникационных каналов, то невозможно другого человека убедить в справедливости вашего взгляда;
- отсутствие общей системы ценностей, если нет единой культурной парадигмы, то и нет внимания и интереса собеседника, а интерес возникает тогда, когда человек осознает ценностное значение информации для себя;
- доминирование штампов общественного мнения приводит к отрицанию реальных фактов;
- логические ошибки мышления проявляются в ложном построении высказываний, неверному выбору слов, противоречивости и неубедительности сообщения;
- неверный выбор стратегии и тактики общения.

Дефицит доверительных, близких отношений приводит к тяжелому чувству потери связи с людьми, к психологическому одиночеству, депрессии, отказу от общения в целом. Результатом такого психологического состояния является закрепление деструктивных личностных черт, таких как эгоцентризм, эгоизм, невоспитанность, бестактность, морализаторство, деспотичность, ригидность, тревожность, что в конечном итоге создает дефектность коммуникации. Следствием чего является деструктивное поведение, мешающее позитивному общению, осложняющее взаимоотношения и разрушающее личность. Такими качествами являются: ложь, обман, манипулированное общение, авторитарный стиль, лицемерие, хитрость, склонность к клевете, мстительность, язвительность, цинизм, ханжество и агрессивность.

#### **Контрольные вопросы:**

1. Перечислите примеры одиночества и приведите примеры.
2. Какие барьеры межличностного общения вы знаете?
3. Назовите причины плохой коммуникации.
4. Какие помехи общения вы можете назвать?

### **Тема 7. Массовые коммуникации**

Эра массовой коммуникации началась с приходом в наш мир электроники и электронных носителей информации, хотя исторически существовало множество каналов и направлений распространения коммуникаций: путешествие, международная торговля, туризм, книгоиздательство, а также социально-культурный процесс создания, хранения, распределения, распространения, восприятия и обмена информации между социальными субъектами и субъектом и социумом.

Массовая коммуникация – естественная среда современного человека, готового действовать на основе образцов формирования и распространения моделей восприятия, мышления и поведения. Средства массовой коммуникации делятся на технические средства: печать, радио, кинематограф, телевидение, компьютерные сети и духовные: знание, нормы и ценности. Именно для распространения нравственных, художественных, эстетических, политических, экономических ценностей и информации призваны средства массовой коммуникации, формирующие поле межкультурной коммуникации.

Действительно, ранее человек владел четырьмя средствами коммуникации – устной речью, музыкой, живописью и письменностью. Социально-технический прогресс последовательно приводит к появлению новых каналов коммуникации: в XV веке появляется печатная книга; в XVII веке – газеты и журналы; в XIX веке появляются радио, телефон, кино, грамзапись; в XX веке широкое распространение получает телевидение, магнитофон, видео, компьютерные системы, оперативная полиграфия, космическая связь. К концу XX в. на первое место выходят электронные средства массовой коммуникации, интерактивное телевидение.

Существует два основных уровня массового коммуникационного процесса. «Верхний» уровень – опосредованное общение между достаточно большими массами людей. «Нижний» уровень – межличностная коммуникация, способствующая усвоению коммуникации массовой через адаптацию ее сообщений с помощью «лидеров мнений». Оба уровня имеют непосредственную связь с источниками массовой коммуникации.

Социальные функции массовой коммуникации:

- информационная функция выступает в качестве основной задачи массовой коммуникации;
- функция социализации связана с формированием или изменением интенсивности или направленности определенного типа установок, ценностей или ценностных ориентаций аудитории, с которой идет коммуникационный процесс;
- функция организации поведения связана с прекращением, изменением или инспирированием какого-либо действия данной аудитории;
- функция создания определенного эмоционально-психологического тонауса аудитории;
- функция коммуникации связана с усилением, поддержанием или, напротив, с ослаблением связей между разными аудиториями с одной стороны, и коммуникатором и аудиторией – с другой.

В общем виде массовая коммуникация представляет собой систему, состоящую из источника сообщений и получателя, связанных между собой физическим каналом движения сообщений (газеты, радио, телевидение, кино, звукозапись, видеозапись, Интернет). Со времен ранних работ Г. Лассуэлла считается, что определение массовой коммуникации становится

ясным лишь по мере ответов на последовательную цепочку вопросов: «кто говорит – что сообщает – по какому каналу – кому – с каким эффектом».

В более поздней трактовке «коммуникационная формула» выглядит так: коммуникатор – содержание сообщения – средства коммуникации – характеристика аудитории – изменение аудитории в результате коммуникации.

С 1967 г. Г. Лассуэлл переработал схему следующим образом: участники коммуникации – перспективы – ситуация – основные ценности – стратегии – реакции реципиентов – эффекты.

Структура массовой коммуникации состоит из следующих компонентов: коммуникатор, аудитория, коммуникационное сообщение, средства массовой коммуникации, обратная связь.

Коммуникатор – это системный инструмент, организующий и контролирующий каналы массовой коммуникации, определяющий коммуникационную политику, собирающий и обрабатывающий информацию, придающий ей окончательный вид и содержание, оформляющий коммуникационное сообщение для передачи его аудитории.

Аудитория представляет собой лояльный продукт коммуникационной обработки, обладающий определенными особенностями и высоким уровнем самостоятельной активности, требующий учета посредством организации обратной связи.

Вербальная коммуникация по мере становления человека как личности стала основным каналом общения, невербальная – вспомогательным. С появлением письменного текста в актах коммуникации происходит разделение на адресантов и адресатов. Ни в одном обществе, где наука и рыночная экономика не играют еще преобладающей роли, понятия «массовая коммуникация» практически не существует. В визуальной статической коммуникации складывается несколько каналов художественной и познавательной коммуникации: изобразительный коммуникационный канал, включая скульптуру малых форм; архитектурно-градостроительный, включая скульптуру больших форм; печатно-оформительский, включая рекламу и наружную рекламу.

Символами постиндустриального общества являются сотовый телефон и компьютер, где главный ресурс – информация, своя цель – всестороннее возвышение индивидуальности человека, свой отличительный знак или принцип жизни – демассификация.

Информация понимается предельно широко: это и наука, и передовая технология, и новое содержание интеллектуального труда, и отдельная отрасль производства, и многое другое. В узком же смысле информация – это знание, переводимое (так или иначе) на язык машин. В наше время информационные технологии проникают во все сферы жизни общества, включая обыденную жизнь людей. Единственное производство – производство информации, знаний имеет тенденцию оставаться массовым.

Таким образом, массовое индустриальное производство вещей уходит в прошлое, ему на смену приходит массовое производство знаний и услуг.

Постиндустриальное возвышение индивидуальности – обратная сторона демассификации, она приобретает различные формы и заявляет о себе во всех областях человеческой деятельности. Так, в СМИ она проявляется в росте числа теле- и радиопрограмм, в падении тиражей и в закрытии массовых газет и журналов, и одновременно в росте числа небольших (по объему и тиражу) газет и журналов, электронных книг, электронных журналов. Тем самым растет многообразие, расширяется спектр предлагаемой СМИ продукции, она становится адресной, рассчитанной на потребности и интересы конкретных потребителей.

Особенности массовой коммуникации: «эффект ореола» и «эффект бумеранга».

«Эффект ореола» связан с аудиторной суггестивной зависимостью в восприятии коммуникационных сообщений. Эти сообщения и стоящие за ними коммуникаторы всегда воспринимаются в ореоле того массового отношения, которое существует к тем или иным средствам массовой коммуникации.

«Эффект бумеранга» – это процесс отторжения суггестивного влияния массовой коммуникации в результате ее избыточного воздействия на аудиторию, основанный на контрсуггестивных механизмах, способствующих освобождению индивидуального или группового сознания от влияния психологии масс.

Социальная потребность аудитории в немедленном удовлетворении собственных желаний, а также ослабление навыков чтения и снижение творческого потенциала относятся к негативным последствиям массовой коммуникации.

Планомерное давление массовой коммуникации на социум отрицательно влияет на качество межличностного общения (усугубление социальной дезадаптации, усиление одиночества, а также распространение сюжетов с насилием в СМИ).

### **Контрольные вопросы:**

1. Какие средства массовой коммуникации вы знаете?
2. Назовите уровни массового коммуникационного процесса.
3. Какие социальные функции массовой коммуникации вы знаете?
4. Расскажите схему массовой коммуникации.
5. Что входит в структуру массовой коммуникации?
6. Назовите эффекты массовой коммуникации.

## Тема 8. Маркетинговые коммуникации

Маркетинговые коммуникации – это особый вид деятельности, связанный с обменом информацией между фирмой и другими субъектами маркетинговой деятельности с целью представления и совершенствования деятельности фирмы и продвижением ее товаров на рынок.

Виды маркетинговых коммуникаций: реклама, пиар, стимулирование продаж, директ-маркетинг, продакт-плейсмент, корпоративная архитектура, личные продажи, виды конкурентной борьбы.

Основные адресанты маркетинговых коммуникаций: сотрудники данной организации, действительные и потенциальные потребители (целевой рынок), маркетинговые посредники, контактные аудитории, поставщики, высшие органы государственного управления и т.д.

Один из видов маркетинговых коммуникаций – реклама – представляет собой неличные формы коммуникации, осуществляемые через посредство платных средств распространения информации, с четко указанным источником финансирования.

Основные элементы коммуникативной схемы рекламной коммуникации: коды, потребители (адресаты), адресанты, товары, каналы коммуникации, сообщения, шум, шум в цепочке.

Процесс рекламной коммуникации включает в себя следующие фазы: кодирование, передача, восприятие, воздействие.

### Контрольные вопросы:

1. Перечислите основные элементы коммуникативной схемы рекламной коммуникации.
2. Кто является адресантами маркетинговых коммуникаций?
3. Расскажите о процессе рекламной коммуникации.
4. Как работает реклама?

### Примерный итоговый тест

1. Согласны ли вы с определением: «Общение – сложный, многогранный процесс взаимодействия двух и более людей, процесс обмена информацией, взаимного влияния, сопереживания и взаимного понимания»:

- а) да
- б) нет

2. Можно ли общение рассматривать как отправление информации или ее прием:

- а) да
- б) нет

3. Определите, какие типы общения относятся к межличностному общению:

- а) императивное
- б) интерактивное
- в) манипулятивное
- г) перцептивное
- д) диалогическое
- е) все ответы верны
- ж) все ответы неверны

4. К видам общения относятся:

- а) «контакт масок»
- б) вербальное общение
- в) ролевое общение
- г) деловое общение
- д) невербальное общение
- е) светское общение
- ж) все ответы верны
- з) все ответы неверны

5. Какая из сторон общения характеризуется следующим определением: «Общение, которое проявляется во взаимном обмене информацией между партнерами, передаче и приеме знаний, мнений, чувств»:

- а) коммуникативная сторона общения
- б) интерактивная сторона общения
- в) перцептивная сторона общения

6. Влияние на первое впечатление о человеке оказывает:

- а) образование
- б) социальный статус
- в) внешний вид
- г) возраст
- д) манера поведения
- е) все ответы верны
- ж) все ответы неверны

7. Приписывание приятному человеку своих достоинств, а неприятному – своих недостатков называется:

- а) «эффектом ореола»
- б) «эффектом проекции»
- в) «эффектом упреждения»

8. Усиление доминантных реакций человека в присутствии других людей называется:

- а) эффектом социальной дифференциации
- б) эффектом социальной фасилитации
- в) эффектом социальной ингибиции

9. Изменение поведения или мнения человека в результате реального и воображаемого давления группы называется:

- а) эффектом подражания
- б) эффектом бумеранга
- в) эффектом конформизма

10. Тенденция каким-либо образом благоприятствовать членам своей группы в противовес членам другой группы называется:

- а) эффектом эмоциональной поддержки
- б) эффектом группового фаворитизма
- в) эффектом сопричастности

11. Социальные роли связаны со следующими факторами:

- а) социальным положением человека
- б) поведением, которого ждут от человека члены группы
- в) статусом человека в группе
- г) фактическим поведением человека
- д) все ответы верны
- е) все ответы неверны

12. Приписывание причин поведения другому человеку в условиях дефицита информации – это:

- а) стереотипизация
- б) каузальная атрибуция
- в) все ответы верны
- г) все ответы неверны

13. Форма организации межличностного взаимодействия, характеризующаяся объединением усилий участников для достижения совместной цели при одновременном разделении между ними функций, ролей и обязанностей – это:

- а) конкуренция
- б) кооперация
- в) все ответы верны
- г) все ответы неверны

14. Какой тип взаимодействия предполагает затруднения и препятствия в достижении целей?

- а) кооперация
- б) конкуренция

15. С каким из видов барьера взаимопонимания людей мы встречаемся, говоря о феномене «розовых очков»:

- а) эмоциональный
- б) мотивационный
- в) моральный
- г) эстетический

16. Выберите позиции, от которых зависит понимание получаемой информации:

- а) от личных особенностей говорящего
- б) от отношения говорящего к слушающему
- в) от ситуации, в которой протекает общение
- г) от отношения слушающего к говорящему
- д) от личных особенностей слушающего
- е) все позиции верны
- ж) все позиции неверны

17. Кинетика изучает:

- а) прикосновения в процессе общения
- б) внешнее проявление человека
- в) расположение собеседников в пространстве

18. Какая улыбка свидетельствует об искренней радости:

- а) расслабленная улыбка
- б) смущенная улыбка
- в) усмешка

19. Жест закрытости проявляется обычно в позиции:

- а) руки, скрещенные на груди
- б) руки на бедрах
- в) рука, поддерживающая подбородок

20. Метод «бумеранга» представляет собой:

- а) сфокусирование внимания партнера на положительных моментах своего тезиса, причем высказанных оппонентом в процессе обмена информацией после использования приема «видимой поддержки»
- б) выведение собеседника из себя и перевода дискуссии на обмен оскорблениями
- в) вызов собеседника на откровенный разговор



21. Метод «кнута и пряника» заключается:

- а) в использовании лести, похвалы и жестокого оскорбления, чтобы запугать оппонента
- б) в намеке на то, что можно договориться по-другому
- в) в непрямых угрозах, заставляющих противника делать выбор: иметь ли собственное мнение или быть в опасности перед угрозой, шантажом и физическим насилием

22. «Основное заблуждение» – это ошибка, возникающая вследствие нарушения правил:

- а) «Аргументы должны быть достаточными»
- б) Аргументы должны быть достоверными»
- в) «Аргументы должны быть доказаны самостоятельно»

23. В каком из приведенных ниже видов взаимодействия, в соответствии с концепцией Э.Берна, стороны неосознанно стремятся достичь превосходства друг над другом:

- а) уход
- б) ритуалы
- в) времяпрепровождение
- г) игры

### **Подготовка доклада (сообщения)**

Основные требования к научному сообщению:

В сообщении предполагается наличие плана, введения, основной части, заключения и списка литературы.

В плане отражается структура сообщения. Введение включает:

- обоснование актуальности темы;
- обозначение цели доклада;
- конкретизацию цели в задачах;
- в заключении подводится итог проделанной работы, соотносимый с поставленными во введении целью и задачами.

Основная часть доклада состоит из тезисов, рассматривающих основные этапы раскрытия темы, отражающих важнейшие положения по главным вопросам учебного занятия. В итоге обязательное обсуждение доклада в формате диалога, после чего выставляется оценка в баллах.

.

### **Темы сообщений и докладов**

1. Понятие межличностного общения
2. Понятие межличностной коммуникации

3. Структура межличностного взаимодействия
4. Влияние и манипуляция
5. Трудности общения и коммуникации
6. Массовые коммуникации
7. Маркетинговые коммуникации
8. Структура общения
9. Социологические и психологические модели
10. Семиотические модели коммуникации
11. Семиотические модели рекламы
12. Модели психотерапевтической коммуникации
13. Модели мифологической коммуникации
14. Модели аргументирующей коммуникации
15. Модели имиджевой коммуникации
16. Модели пропагандистской коммуникации
17. Прикладные модели коммуникации
18. Модели массовой коммуникации
19. Понятие речевой коммуникации
20. Общение и речевая деятельность
21. Речь как средство коммуникации
22. Коммуникации в малых группах
23. Невербальная коммуникация
24. Эффекты массовой коммуникации
25. Виды общения
26. Трансактный анализ Э.Берна
27. Эффективность массовой коммуникации
28. Философия коммуникации
29. Теория и практика коммуникации
30. Конфликт как вид коммуникации
31. Роль СМИ в коммуникации
32. Сравнительный анализ коммуникации и общения
33. Проблема коммуникации в философии Ж-П Сартра
34. Проблема коммуникации в философии К. Ясперса
35. Проблема коммуникации как противостояние культуры и цивилизации в философии О. Шпенглера.
36. Проблема коммуникации в философии Ю.К. Плетникова
37. Проблема коммуникации в философии Б.Ф. Поршнева
38. Правила деловой коммуникации в организации
39. Особенности корпоративной коммуникации
40. Логистика как реализация коммуникации

### Основная и дополнительная учебная литература

№ п/п	Автор, наименование	Год изда- ния	Количество экземпля- ров в науч- ной биб- лиотеке
<b>Основная учебная литература</b>			
1	Пондопуло Г.К. Введение в науку о культуре (философия, антропология, история культуры) [Электронный ресурс] / Г.К. Пондопуло, М.А. Ростоцкая. – Электрон. дан. – М.: ВГИК им. С.А. Герасимова, 2017. – 191 с. – Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/94257">https://e.lanbook.com/book/94257</a>	2017	ЭР
2	Бакулев Г.Н. Массовая коммуникация: западные теории и концепции. – М.: Аспект-Пресс, 2016 // Режим доступа: <a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707953.html">http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707953.html</a>	2016	ЭБС
3	Гуськова С.В. Массовая и профессиональная коммуникация в современном мире. – М.: Флинта, 2016. Режим доступа: <a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976525276.html">http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976525276.html</a>	2016	ЭБС
4	Павлов А.В. Философия современности и межвременья [Электронный ресурс]: монография / А.В. Павлов. — Электрон. дан. – М.: ФЛИНТА, 2018. – 280 с. – Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/103210">https://e.lanbook.com/book/103210</a>	2018	ЭР
5	Свендсен Л. Философия философии [Электронный ресурс] / Л. Свендсен. – Электрон. дан. – М.: Прогресс-Традиция, 2018. – 208 с. – Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/102186">https://e.lanbook.com/book/102186</a>	2018	ЭР
6	Коноваленко М.Ю. Теория коммуникации; Рос.эконом. университет им. Г. Плеханова. – М., Юрайт, 2016 / Режим доступа: <a href="http://urait.ru/uploads/pdf_review/55766494-BBAD-43AF-950E-730BBBBC214A.pdf">http://urait.ru/uploads/pdf_review/55766494-BBAD-43AF-950E-730BBBBC214A.pdf</a>	2016	ЭБС
7	Мунин А.Н. Деловое общение. – М.: Флинта, 2016. С. 376/ Режим доступа: <a href="http://www.studentlibrary.ru/books/ISBN9785976501256.html">http://www.studentlibrary.ru/books/ISBN9785976501256.html</a>	2016	ЭБС
8	Степанович В.А. История философии. В 2-х томах. Т. 2: Неклассическая философия XIX—XX веков [Электронный ресурс]: учеб. пособие / В.А. Степанович. — Электрон. дан. – М.: Прометей, 2018. – 380 с. – Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/107138">https://e.lanbook.com/book/107138</a> .	2018	ЭР
9	Терешина Е.А. История конфликтологии: учеб. пособие. – М.: Проспект, 2017. – 240 с.	2017	
<b>Дополнительная учебная литература</b>			
10	Петрушенко Л.А. Философские этюды [Электронный ресурс]: моногр. / Л.А. Петрушенко. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 160 с.	2016	ЭР

	<a href="http://znanium.com/bookread2.php?book=519522">http://znanium.com/bookread2.php?book=519522</a>		
11	Шаповалов В.Ф. Коммуникация как глобальная проблема современного мира // Соционауки. Вып. № 4 (60). 2010. Режим доступа: <a href="https://www.socionauki.ru/journal/articles/130978/">https://www.socionauki.ru/journal/articles/130978/</a>	2010	ЭБС
12	Мечковская Н.Б. Философия языка и коммуникации [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Н.Б. Мечковская. – Электрон. дан. – М.: ФЛИНТА, 2017. – 517 с. – Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/91019">https://e.lanbook.com/book/91019</a>	2017	ЭР
13	Ветлесен А.Ю. Философия боли [Электронный ресурс] / А.Ю. Ветлесен; пер. с норв. Е. Воробьёвой. – Электрон. дан. – М.: Прогресс-Традиция, 2017. – 242 с. – Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/108625">https://e.lanbook.com/book/108625</a>	2018	ЭР
14	Строева О.В. Искусство и философия. Удивительные параллели, необычные интерпретации [Электронный ресурс]: моногр. / О.В. Строева. – Электрон. дан. – СПб., 2018. – 262 с. – Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/102360">https://e.lanbook.com/book/102360</a>	2018	ЭР
15	Злотникова Т.С. Философия творческой личности [Электронный ресурс]: моногр. / Т.С. Злотникова. – Электрон. дан. – М.: Согласие, 2017. – 918 с. – Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/108014">https://e.lanbook.com/book/108014</a>	2017	ЭР
16	Лоуэн А. Психология тела [Электронный ресурс] / А. Лоуэн. – Электрон. дан. – М.: ИОИ, 2018. – 225 с. – Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/108602">https://e.lanbook.com/book/108602</a>	2017	ЭР
17	Чикер В.А. Социальная психология в организациях. Инновационный тренинг [Электронный ресурс]: учеб. пособие / В.А. Чикер. – Электрон. дан. – СПб, СПбГУ, 2017. – 56 с. – Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/105342">https://e.lanbook.com/book/105342</a>	2017	ЭР
18	Кузин А.Н. О языке в историях, воображаемых ситуациях и мысленных экспериментах. Сопроводительные материалы к лекциям по лингвистике, философии языка и семиотике [Электронный ресурс]: учеб. пособие / А.Н. Кузин. – Электрон. дан. – М.: ФЛИНТА, 2017. – 327 с. – Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/97157">https://e.lanbook.com/book/97157</a>	2017	ЭР

### Методическая литература

1. Новикова О.Н. Философская антропология. Философия культуры: учеб.-метод. пособие. – Екатеринбург: УГЛТУ, 2018, Ч.1-2. (Электронный ресурс).
2. Каташинских С.Н. Философия: учеб.-метод. пособие. – Екатеринбург: УГЛТУ, 2017 (Электронный ресурс).
3. Антропова Н.К. др. Философия в кратком изложении. – Екатеринбург: УГЛТУ, 2015 (Электронный ресурс).
4. Киселева Л. А, Помазуева Т. Н. Психология делового общения: практикум. – Екатеринбург: Урал. гос. лесотехн. ун-т, 2015. Ч. 1 – 2. 40 с.

## Интернет-ресурсы

1. <http://www.znanium.com.ru>. Электронно-библиотечная система.
2. <http://www.i-exam.ru>. Единый портал интернет-тестирования в сфере профессионального образования.
3. <http://elanbook.com.ru> – ЭБС «Лань».
4. [www.edu.ru](http://www.edu.ru) – федеральный портал российского образования.
5. [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru) – научная электронная библиотека.
6. [www.nehudlit.ru](http://www.nehudlit.ru) – электронная библиотека учебных материалов.
7. [www.newlibrary.ru](http://www.newlibrary.ru) – новая электронная библиотека.

## Содержание

Введение .....	3
Тема 1. Философия коммуникации .....	3
Тема 2. Понятие «межличностное общение» .....	6
Тема 3. Межличностная коммуникация .....	7
Тема 4. Структура межличностного взаимодействия .....	12
Тема 5. Стратегии и тактики влияния и манипуляции .....	14
Тема 6. Трудности межличностного общения и коммуникации .....	15
Тема 7. Массовые коммуникации .....	16
Тема 8. Маркетинговые коммуникации .....	20
Примерный итоговый тест .....	20
Подготовка доклада (сообщения) .....	24
Темы сообщений и докладов .....	24
Основная и дополнительная учебная литература .....	26
Методическая литература и Интернет-ресурсы .....	27